

杭州精神文明建设 信息交流

第7期
(总第321期)

杭州市精神文明建设委员会办公室

杭州市精神文明建设研究会

2019年08月23日

【文明创建】

滨江区多方融合 点亮“滨滨有礼”文明视线

滨江区为巩固“滨滨有礼”文明品牌，制订出台《“滨滨有礼 文明出行”工作方案》，持续打造文明礼让的文明交通风景线。

一、常抓不懈，在“规范”上下功夫。一是形象上树规范。48名手执文明引导牌，身穿红马甲，头戴小红帽的机关干部，街道、社区、文明单位、高校志愿者作交通文明劝导员。二是点位上立规范。在人流、车流较集中的泰安路新月路、丹枫路等路口，滨文路滨文高教园区段，街道周边无红

绿灯路口等 22 个点位作为固定点位，深入集中开展文明劝导。每月累计参与 1056 人次，展现“车让人 人快过”的斑马线风景。三是专业上成规范。请交警等专业人员上路现场指导文明劝导规范礼仪，倡导文明出行，争做文明有礼的滨江人。

二、平台融合，在“多样”上作文章。一是用好公益宣传阵地。利用围栏、喷绘等在交通路口、小区出入口、公交站台制作礼让斑马线宣传牌 18 块；利用电子屏 83 块，滚动播放文明出行宣传标语。二是用好基层活动舞台。利用“滨滨有礼 幸福专列”送服务、“文明满滨江文艺巡演”等活动，邀请翁仁康、交警等有影响力的人物传递文明交通安全知识。三是用好媒体宣传平台。利用“滨江发布”、《天堂硅谷报》、三街道微信公众等媒体报道交通安全治理行动，交通讲座进学校、进社区活动及活动中涌现出来的“先进典型”、“好人好事”等。

三、多方联动，在“形式”上齐发动。一是纸质资料进社区。发放《道路交通安全法》公开信、《致全市老年朋友的一封信》、“四要五不准”等宣传资料 4 万余份。二是温馨短信发个人。通过移动、电信，发送“滨滨有礼、文明出行”短信约 40 万条。三是专题讲座入人心。利用市民大讲堂、党员固定日、文化家园，开展“除陋习、提素质”主题讲座、宣传活动 22 场次。（滨江区文明办）

淳安县积极打造公益广告“有位”更“有味”

为发挥公益广告塑造城市形象、传递正能量、唱响主旋律作用，淳安县加强对公益广告设置、设计、发布、监督等方面的规范管理，促进城市品质提升，使公益广告“有位”更“有味”。

一是开展一次调查，及时摸清家底。县委宣传部牵头组织相关部门对公益广告资源进行一次摸底调查，全面掌握了杆、电子显示屏、大型广告牌、公交站牌、城市围挡、灯杆挂旗等 4000 多个广告资源和权属信息。在摸底调查基础上，进行户外广告整治提升，对 26 处违建和影响市容市貌、存在安全隐患的广告设施进行及时拆除，对 12 处不协调、不美观的广告进行限期提升，对旅游、交通、路牌等指示牌予以整合，对主要入城口和路段打造了 8 个城市小品类公益广告。通过拆除一批、提升一批、整合一批、打造一批的方式使公益广告设置更加合理科学。

二是编制一套规划，构建顶层设计。县委宣传部和县城管部门牵头，邀请中国美院编制《淳安县中心城区户外广告 and 店招牌总体规划》。将公益广告布局纳入总体规划内容，详细制定公益广告各项参数，对公益广告位置、形式、规格、密度、色彩等要素进行了明确的规定，做到公益广告与周围

环境相协调、与城市人文特色相结合。同时，要求各乡镇参考中心城区户外广告规划编制，结合各地实际编制本辖区内的户外广告规划，实现城区和乡村户外广告规划全覆盖。

三是举办一场大赛，建立作品储备。举办“康美千岛湖”公益广告创意设计大赛，设置社会主义核心价值观、讲文明树新风、生态文明建设、移风易俗、文明旅游、文明创建等六大主题，面向广告设计专业机构和高校师生广泛征集，共征集了视频类参赛作品 162 件，平面类参赛作品 218 件，最终评出视频类和平面类获奖作品 36 件、入围奖 16 件，并将 52 件展示淳安特色、具有较强观赏性、艺术性的获奖作品纳入公益广告储备库，为全县各部门和乡镇开展公益广告宣传提供样本。

四是建立一项制度，发挥联动效应。制定下发了《淳安县公益广告促进和管理暂行办法》和《淳安县户外广告规范管理联席会议制度》，建立了由人大办、政协办、宣传部、城管局、市管局、建设集团、住建局等部门为成员单位的县户外公益广告联席会议制度，形成集体会商、民主决策、部门联动、规范管理的户外公益广告工作机制，促进全县公益广告健康有序品质发展。[淳安县文明办供稿]